Influența engleză în terminologia politică a românei actuale

ADRIANA STOICHIȚOIU-ICHIM
Facultatea de Litere
Universitatea din Bucureşti

1. Mutațiile profunde intervenite în viața societății româneşti după decembrie 1989 au impus un nou tip de comunicare politică, „deschisă" tuturor înnoirilor lexicale (împrumuturi, calcuri, creații interne, evoluții semantice etc.)[1].

Observațiile care urmează se referă la **împrumuturi de origine engleză şi la calcuri după modele englezeşti** întâlnite în presa scrisă şi audio-vizuală a ultimului deceniu, cu atenție specială pentru anii 2001-2003.

Alegerea acestei categorii de termeni politici este motivată nu atât prin numărul lor, cât prin frecvența de utilizare şi prin valorile semantice şi stilistice dezvoltate pe teren românesc. Raportați la comunicarea politică din perioada de „tranziție", ei pot fi considerați *cuvinte-martor*[2], purtătoare ale unor valori simbolice complexe.

2. Deşi perspectiva analizei noastre este predominant *lingvistică* (vizând aspecte semantice şi stilistice), nu vor lipsi precizările de ordin *funcțional*, cu referire la specificul comunicării politice realizate prin canale mediatice.

O asemenea abordare relațională este cu atât mai necesară cu cât majoritatea cercetărilor consacrate comunicării politice ignoră problemele de natură lexico-semantică, insistând asupra aspectelor tehnice, ideologice sau sociologice ale comunicării mediatice[3].

3. În *lingvistica românească*, terminologia politică de origine engleză nu a fost încă studiată în mod sistematic. Referiri ocazionale se găsesc în studii şi articole consacrate anglicismelor în general[4] sau unor aspecte particulare ale influenței engleze[5].

Dicționarele de tip lingvistic (DN_3, DCR_2, MDN) includ majoritatea termenilor politici de origine englezească, de la cei mai vechi, cu etimologie multiplă anglo-franceză (*lider, miting*), până la cei mai recenți (*leadership, summit, VIP, yesman* în MDN; *establishment, wasp* în DCR_2). Calcurile frazeologice şi semantice sunt mult mai slab reprezentate în DN_3 în comparație cu DCR_2, unde găsim *cortină de fier, gulere albe, spălarea banilor*.

Unicul dicționar politic românesc (DP), apărut în 1975 sub egida Academiei „Ştefan Gheorghiu", include între cele 1700 de articole ale sale numai 9 termeni de origine engleză: substantivele comune *boss, lider, miting, outsider,* numele proprii siglate *CIA* şi *NATO,* sintagma *gentleman's agreement* şi derivatele sufixale *lobbism* şi *machartism*. Fiind elaborat – aşa cum se precizează în prefață (DP, p. 7) – „în lumina concepției marxist-leniniste, a principiilor PCR", dicționarul reflectă clişee ale propagandei comuniste, care afectează obiectivitatea definițiilor prin enunțuri evaluative precum: „*lobbismul* rămâne un teren al exercitării corupției" (p. 333); „*NATO* este controlat de cercuri politico-militare agresive, interesate în continuarea cursei înarmărilor"(p. 382).

„Politizarea" definițiilor se întâlneşte – într-o măsură mai redusă – şi în DN_3 (vezi definiția pentru *lider*: „conducător al unui partid politic sau al unei organizații burgheze").

4. Analiza de față este motivată de *creşterea semnificativă a ponderii influenței engleze* în terminologia politică românească, în contextul general al „invaziei" de anglicisme şi americanisme[6]. Avem în vedere atât împrumuturile (inclusiv nume proprii), cât mai ales calcurile (frazeologice şi semantice) absente din dicționarele româneşti, dar frecvent utilizate în presă

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

(*corectitudine politică, primă doamnă, foaie de parcurs, Carte Albă* etc.). Se cuvin, de asemenea, semnalate mutaţii intervenite în sfera semnificaţiilor (denotative şi/sau conotative) şi a uzului (în plan pragmatic-funcţional şi stilistic).

Întrucât cercetarea noastră are caracter sincronic, problemele de ordin istoric şi etimologic nu vor fi abordate decât tangenţial. De pildă, nu considerăm relevantă în context distincţia între etimologia directă (engleză)şi cea prin filieră (franceză)[7], mai ales că dicţionarele româneşti preferă, în situaţii controversate, soluţia etimologiei multiple (în DN_3 – *miting* şi *gentlemans's agreement*, în MDN – *lider*, în DCR_2 – *lobby*). De asemenea, nu ne propunem o diferenţiere netă între *anglicisme* şi *americanisme*[8], cu excepţia cazurilor când referentul aparţine spaţiului britanic (*speaker, Tory, Whig*) ori american (*congressman*).

În consecinţă, vom considera ca rezultat al influenţei engleze unităţile lexicale împrumutate sau calchiate care au un etimon sau un „model" înregistrat în dicţionare generale (BBC) sau cu profil politic (DPA, DPER) ale limbii engleze.

În măsura posibilului, vom încerca să precizăm statutul de „*noutate lexicală reală*" sau „*noutate lexicală aparentă*"[9] al împrumuturilor şi calcurilor, deşi asemenea distincţii sunt greu de făcut în absenţa unor dicţionare datate (singurele care oferă informaţii referitoare la prima atestare sunt DCR_2 şi DEA). Un exemplu de „noutate aparentă" ar fi utilizarea termenului *lider* în domeniul publicităţii cu sensurile „cel mai bun produs" sau „primul într-un domeniu", neînregistrate în dicţionarele româneşti, dar atestate în BBC: „Connex – *liderul* pieţei de telecomunicaţii din România" (A, 10.02.2003, p. 5); „Dacia rămâne *liderul* pieţei" (A, 31.01.2003, p. 6); „Antena 1 a dominat programul de Revelion ca *lider* de audienţă" (Ant. 1, 1.01.2003). În acest caz, caracterul de noutate este mai greu de sesizat, fiind vorba de lărgirea polisemiei unui împrumut vechi (atestat în română de la jumătatea secolului al XIX-lea)[10] prin preluarea recentă (după 1989) a unui sens atestat în engleză şi uşor de asociat celor deja existente în limba noastră[11].

5. Întrucât terminologia politică de origine engleză este, de regulă, introdusă şi difuzată prin intermediul mass-media, se impune o prezentare succintă a conceptului de *comunicare politică*, aşa cum apare el în bibliografia de specialitate[12].

Abordată succesiv sau simultan din diverse perspective (comportamentalistă, structural-funcţionalistă, interacţionistă şi dialogică)[13], *comunicarea politică* a fost iniţial asimilată – într-o viziune reducţionistă şi tehnocratică – propagandei şi „marketingului politic / electoral"[14].

Perspectiva actuală asupra acestei discipline (aflată la intersecţia teoriei comunicării cu sociologia, politologia, lingvistica, semiotica, antropologia, istoria, filosofia), evidenţiază caracterul său complex, multidimensional, nu lipsit de riscul confuziei[15].

Spre deosebire de tipurile de comunicare „contractuală" şi standardizată (prezidenţială, guvernamentală, de partid, locală, internaţională, electorală), realizate – în principal – prin intermediul unor instituţii politice[16], comunicarea prin canale mediatice (presa scrisă şi audio-vizuală) prezintă un grad mai mare de complexitate, întrucât mass-media joacă simultan rolurile de *mediator* între participanţii la comunicarea politică (actori politici şi public) şi de *coautor* al discursului politic[17].

Presa construieşte o realitate secundă, bazându-se pe informaţii, relatări şi interpretări pe care ea le selectează (prin funcţia de *agenda-setting*[18]), le ordonează (în raport de priorităţi), le prelucrează şi le răspândeşte în rândul publicului, apelând la o anumită *terminologie* (care „etichetează" şi valorizează prin utilizarea unor stereotipuri politice, culturale, religioase menite să asigure integrarea şi omogenizarea socială[19]).

În raport cu publicul, mass-media vizează patru obiective: *sensibilizarea* şi *informarea* asupra unui anumit subiect, *formarea unor atitudini* faţă de acesta şi, în sfârşit, *influenţarea comportamentului* într-o anumită direcţie („orientarea" opiniei publice)[20].

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

6. Expunerea la procesul comunicațional prin mass-media realizează *informarea* şi *educarea* cetățenilor în spiritul democrației participative[21] numai în condițiile unei bune receptări a mesajului mediatizat.

Din perspectiva *semanticii politice*[22], aceasta presupune ca distanța dintre *informația semantică intențională* (pe care emițătorul vrea să o transmită) şi *informația semantică realizată* (receptată efectiv)[23] să fie cât mai mică.

Problema accesibilității mesajului mediatic se pune cu mai multă acuitate în cazul termenilor străini sau al calcurilor, a căror utilizare prezintă numeroase riscuri, de la „deturnarea" sau „opacizarea" mesajului, până la manipularea specifică „limbii de lemn" din perioada totalitară (de tip comunist)[24] sau celei din aşa-numita „perioadă de tranziție"[25].

În cunoscutul său eseu *Politics and the English Language* (1946), care avertiza asupra procesului de continuă degradare a limbii engleze sub influența retoricii politice[26], George Orwell recomanda evitarea termenilor şi expresiilor străine, care imprimă jargonului politic un caracter pretențios, rebarbativ şi lipsit de precizie[27].

Pentru Tatiana Slama-Cazacu, „invazia brutală de termeni străini", în principal împrumuturi englezeşti (desemnate metaforic drept „pulbere de false diamante"[28]), reprezintă una dintre tehnicile de manipulare la care recurge Puterea în scopul obscurizării comunicării reale şi pentru „mascarea" unor realități neconvenabile[29].

O opinie similară exprimă Françoise Thom cu privire la anglicismele din „lexicul gorbaciovian", pe care le consideră o componentă a aşa-numitei „vorbării perestroikiste"[30].

Un punct de vedere distinct în problema „englezismelor" din jargoanele profesionale apare la un ziarist de notorietate – Cristian Tudor Popescu, care se dovedeşte extrem de tolerant, invocând criterii pragmatice (precizie şi brevilocvență) pentru a justifica utilizarea termenilor străini: „Jargonul este o «scurtătură», o optimizare în vorbirea între doi inşi «din branşă». Ce rost ar mai avea traducerea obositoare în româneşte a unor concepte născute cu nume englezeşti? [...] Ca şi argoul, jargonul nu produce confuzii, nu deformează sensuri, nu distruge limba gazdă, dimpotrivă, poate servi unei comunicări cât se poate de eficiente". (*Un cadavru umplut cu ziare. Scrieri*, Iaşi, Polirom, 2001, p. 158-159).

7. *Cauzele* care pot explica adoptarea împrumutului sau calcului şi larga lor utilizare în presa scrisă şi audio-vizuală (ca şi în discursului parlamentar, guvernamental, al politicienilor etc.) sunt de o mare complexitate.

Impunerea termenului *lider* ca *mot-témoin* al presei postdecembriste se explică, în principal, prin cauze extralingvistice, de natură *sociolingvistică* şi *psiholingvistică*: impactul englezei ca „limbă a globalizării"; caracterul internațional al cuvântului; conotații sociale favorabile, asociate unor medii investite cu prestigiu; nevoia de a înlocui termeni considerați „compromişi" (de ex. *conducător* – asociat cu numele lui Nicolae Ceauşescu), improprii sau „tociți" prin utilizare abuzivă.

Între *factorii lingvistici* favorizanți pot fi menționați: vechimea; filiera franceză cu rol de suport; încadrarea perfectă în sistemul limbii române; semnificația cuprinzătoare (extensiune mare), deschisă, permițând actualizări contextuale variate.

7.1. Dintre *cauzele extralingvistice*, unele aparțin *domeniului politic* şi *social*, iar altele pot fi puse în legătură cu *specificul presei* româneşti postdecembriste.

În plan politic şi social, principala explicație vizează statutul englezei de *lingua franca* sau „limbă a globalizării", demonstrat cu argumente ştiințifice, politice, statistice şi sociolingvistice în lucrări consacrate special acestui subiect[31] sau procesului de globalizare în general[32]. Dintre articolele de presă cu titluri sugestive reținem câteva, care preiau informații din prestigioase publicații străine: „Un adevăr tot mai evident: Engleza, limba globalizării" (A, 8.01.2002, p. 8);

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

„Engleza, banca lingvistică de date a întregii planete" (A, 22.01.2003, p. 12); „Euroengleza – limba de comunicare a Europei lărgite?" (A, 6.11.2002, p.12).

Este interesant de remarcat că ascensiunea englezei ca „limbă mondială" fusese semnalată încă din anii '60 de Pierre Bourney, într-o lucrare consacrată limbilor cu circulație internațională, unde capitolul referitor la engleză este intitulat „Une même langue pour le monde entier"[33].

Consecințele lingvistice ale globalizării (mai evidente în limbile țărilor ex-comuniste din Europa de Est şi Centrală) au constituit obiectul unor studii cu caracter tematic sau general[34]. O imagine sugestivă (deşi incompletă) privind impactul englezei asupra limbilor europene (inclusiv româna) reiese din consultarea unei lucrări lexicografice de mare amploare – *Dicționar uzual al anglicismelor din 16 limbi europene* (DEA)[35].

Un rol important în procesul de globalizare şi în difuzarea terminologiei politice englezeşti în română revine „democratizării informațiilor" prin libera lor circulație şi prin diversificarea canalelor (inclusiv Internetul) de transmitere, care exercită un neîntrerupt bombardament mediatic atât asupra actorilor politici, cât şi asupra jurnaliştilor[36].

În sfârşit, *specificul presei româneşti* postdecembriste[37] (caracterizate printr-o mare deschidere spre sursele de informare occidentale şi americane) şi noul statut al jurnalistului – văzut ca „mediator" între eveniment şi public, dar şi ca „lider de opinie" – favorizează pătrunderea masivă a termenilor politici preluați din engleză.

7.2. Dintre *factorii lingvistici* care motivează împrumutul pot fi menționați: absența unui termen românesc adecvat, caracterul specializat (monosemantic) sau expresiv (evocator) al cuvântului englezesc, brevilocvența, circulația internațională[38].

Motivația calcurilor este dată, de cele mai multe ori, de intenția jurnalistului de a asigura accesibilitatea mesajului pentru publicul românesc, fără a renunța la valențele expresive, evocatoare ale termenului englezesc: *câini de pază ai democrației (watchdogs); Carte albă (White Paper); spălarea banilor (money-laundering); primă doamnă (first lady); Unchiul Sam (Uncle Sam)*.

7.3. În cele din urmă, nu trebuie neglijați *factorii socio-* şi *psiholingvistici* responsabili de prezența „cultismelor"[39] sau a împrumuturilor „de lux"[40]: snobismul lingvistic sau anglomania unor jurnalişti, veleitarismul intelectual şi afectarea, comoditatea, necunoşterea resurselor limbii materne. Se ajunge astfel la un jargon politic, satirizat prin denumiri precum engl. *gobbledygook*[41]şi *oficialese*[42] sau *romgleză*[43].

Dificultățile de receptare a discursului politic de tip manipulatoriu sunt convingător şi amuzant prezentate de Linyer (1995), autorul unui „dicționar al limbii de lemn în politică", pus de autor sub deviza „Pour ne pas voter idiot".

Disimularea la care recurg oamenii politici în discursuri (îndeosebi electorale) este considerată trăsătura definitorie a jargonului politic[44], în care cuvintele îşi pierd semnificațiile reale (uzuale), devenind simple „etichete" prin care alegătorii neinițiati sunt manipulați sau chiar înşelați. Citām câteva dintre definițiile propuse de autorul dicționarului:

– *clair*: „Ce que les Français ne peuvent comprendre et que le politicien se garde bien de leur expliquer" (p. 37);

– *conservateur*: „attaché à conserver son pouvoir" (p. 50);

– *démocratie*: „doctrine politique à la défintion peu claire et à la pratique incertaine" (p. 65).

8. Din *punct de vedere etimologic*, corpusul analizat include *împrumuturi* din engleză şi *calcuri* după modele englezeşti.

8.1. *Împrumuturile* (lexicale şi frazeologice) sunt:

8.1.1. nume proprii: *Commonwealth, Downing Street, Pentagon, Amnesty International, Greenpeace, NATO, FBI, CIA;*

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

8.1.2. nume comune (cu referent politic sau consacrate în comunicarea politică): *agreement, Big Brother, board, boss, briefing, congressman, establishment, exit poll, gentelman's agreement, grey area, impeachement, leadership, lider, lobby, mcdonaldizare, miting, political correctness, road map, shadow government, soft money, speaker, speech, staff, summit, yankeu.*

8.2. *Calcuri:*

8.2.1. semantice: *agrea* (engl. *agree*) „a fi de acord"; *cârtiță* (engl. *mole*) „spion infiltrat"; *determinat* (engl. *determined*) „hotărât"; *domestic* (engl. *domestic*) „intern, propriu unui stat"; *imagine* (engl. *image*) „percepție publică"; *provocare* (engl. *challenge*) „dificultate de învins"; *uliu* (engl. *hawk*) „personalitate oficială cu spirit belicos";

8.2.2. frazeologice: *axa răului* (engl. *axis of evil*); *Carte Albă* (engl. *White Paper*); *câine de pază* (engl. *watchdog*); *corectitudine politică* (engl. *political correctness*); *clasă de mijloc* (engl. *middle class*); *cortină de fier* (engl. *iron curtain*); *discriminare pozitivă* (engl. *positive discrimination*); *foaie de parcurs* (engl. *road map*); *foc prietenesc* (engl. *friendly fire*); *Fratele cel Mare* (engl. *Big Brother*); *gulere albe* (engl. *white collars*); *guvern din umbră* (engl. *shadow government / cabinet*); *lider de opinie* (engl. *opinion leader*); *ONG* (după engl. *NGO*) „organizație non-guvernamentală"; *pierderi colaterale* (engl. *colateral damages*); *primă doamnă* (engl. *first lady*), *principiul dominoului* (engl. *domino effect*); *război rece* (engl. *cold war*); *state-tâlhar* (engl. *rogue states*); *Unchiul Sam* (engl. *Uncle Sam*).

Precizăm că – din rațiuni legate de spațiu şi de coerența textului – nu toate împrumuturile şi calcurile enumerate *supra* vor fi analizate separat.

9. După *gradul de asimilare* („românizare")[45], împrumuturile se încadrează în una dintre următoarele categorii:

9.1. *termeni integral adaptați* (fonetic, grafic, morfologic): *lider, miting, bos, a agrea;*

9.2. *termeni în curs de adaptare* (anglicisme şi americanisme): *board, briefing, congressman / congresmen, lobby, speaker / spicher, speech / spici, staff, summit, yankeu;*

9.3. *xenisme* („străinisme")[46]: numele proprii (vezi supra 8.1.1.); *Big Brother, establishment, leadership, mcdonaldizare, shadow government, road map.*

Granița dintre 9.1.şi 9.2. nu poate fi precis trasată, deoarece procesul de asimilare este în curs de desfăşurare (vezi dubla grafie tip *boss / bos, speech / spici*). Pe de altă parte, ca o manifestare a snobismului lingvistic, se observă o tendință de „reanglicizare" (revenire la ortografia etimologică) sub formele *leader*, („*leader-ii* lumii" – MS, p. 138), dar şi *meeting, congressman.*

În unele cazuri, procesul de asimilare este mai avansat decât rezultă din dicționarele româneşti care continuă să reflecte situația din engleză, ignorând modificările formale sau semantice intervenite în română: de ex. anglicismul *lobby*, este folosit în presă cu sensul engl. *lobbysm* „activitate de influențare, persuasiune", dar MDN nu înregistrează această modificare formală şi de sens.

10. *Frazeologismele* din terminologia politică a englezei sunt redate în română prin:

10.1. *calchiere* (traducere exactă a fiecărui element al unității frazeologice străine): *corectitudine politică; clasă de mijloc; cortină de fier; primă doamnă; ONG; FMI* etc;

10.2. *traducere liberă*: *Carte Albă* (engl. *White Paper*); *principiul dominoului* (engl. *domino effect*); *foaie de parcurs* (engl. *road map*);

10.3. *echivalare*: *summit* – „reuniune la nivel înalt"; *NATO* – „Alianța Nord-Atlantică".

11. *Analiza semantică* a termenilor politici pune probleme mai complexe decât cea a termenilor specializați din alte domenii, deoarece comunicarea politică – în funcție de *tipul discursiv* şi de *intenția emițătorului* – poate avea finalitate *informativă, persuasivă* sau poate realiza o asociere între cele două[47].

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

Investigarea semantismului actual al termenilor politici impune asocierea *analizei paradigmatice* cu cea *sintagamatică*, pentru a urmări situația termenului atât în sistem, cât şi în contexte relevante[48].

Dintre relațiile paradigmatice interesează *hiponimia* şi *parasinonimia* (echivalență semantică aproximativă)[49]. În plan sintagmatic trebuie urmărită relevanța contextului verbal pentru dezambiguizarea cuvântului polisemantic şi pentru actualizarea unor sensuri condiționate contextual[50].

12. Într-o abordare inevitabil simplificatoare a *tipurilor discursive* prin care se realizează comunicarea politică, ne vom referi la *discursul ştirilor* şi la *discursul de tip analitic* (comentariu, editorial, analiză politică etc.).

12.1. Constituit pe măsură ce producerea de ştiri s-a profesionalizat, *„discursul ştirilor”*[51] are caracter independent şi autonom, reprezentând „o instituție socială şi culturală” care reflectă o anumită „politică a limbajului”[52].

În acest tip de discurs, dominat de două cerințe aparent contradictorii – *precizie* şi *accesibilitate* – predomină sensurile denotative (referențiale), independente de contextul lingvistic sau situațional.

12.2. *Discursul de tip analitic* are o importantă *componentă persuasivă*, fiind dominat de funcția conativă (în termenii teoriei lui R. Jakobson). Strategiile utilizate de jurnalişti în intenția de a-şi convinge şi manipula cititorii se plasează la nivel *semantic, pragmatic şi stilistic (retoric).*

Etapa de pionierat a ştiinței comunicării asocia funcției persuasive o serie de strategii desemnate metaforic prin formula „glonțului magic” şi a „acului hipodermic”[53], la care se adăugau procedee retorice cu funcție imagistică (de exemplu metafore, comparații etc.)[54].

Teoriile moderne privind comunicarea persuasivă pun accentul pe interdependența dintre pragmatic şi semantic, deoarece sensul este interpretat ca produsul interacțiunii dintre Emițător (sau text) şi Receptor. Se stabilesc astfel două tipuri de manipulare:

– la nivelul sensurilor *denotative* prin modificarea extensiunii şi a intensiunii;

– la nivelul *conotațiilor*[55].

Posibilitatea manipulării publicului prin termeni cu sens vag şi posibilități largi de interpretare a fost sesizată de George Orwell încă din 1946 şi ilustrată prin intermediul unor termeni cu multiple interpretări semantice şi politice ca: *fascism, democrație, socialism, libertate, patriotic, justiție, clasă, totalitarism, progresist, reacționar, burghez, egalitate.*

Manipularea conotativă este evidentă în utilizarea unităților lexicale cu o denotație vagă, imprecisă, a eufemismelor şi a cuvintelor cu valoare conotativă, importante pentru încărcătura lor simbolică, valorizatoare şi pentru asocierile pe care le produc în rândul publicului[56].

Discursul persuasiv se caracterizează prin *multiaccentualitate* (posibilitatea de „accentuare” sau „direcționare” spre un anumit tip de semnificație, condiționată pragmatic şi politic).

13. Din *punct de vedere referențial*, termenii împrumutați din engleză sau calchiați pot desemna:

13.1. referenți specifici Marii Britanii sau SUA: *congressman* „membru al Congresului SUA”; *speaker* „președintele Camerei unui Parlament”; *Commonwealth* „asociere liberă a unor state care au fost conduse la un moment dat de Marea Britanie”; *NATO; FBI; guvern din umbră* „cabinet alternativ al opoziției”; *Unchiul Sam* „SUA”.

13.2. referenți nespecifici *(lider, lobby, miting, summit, speech, establishment, Carte Albă, foaie de parcurs),* susceptibili de a suferi evoluții semantice, cu atât mai semnificative cu cât termenul respectiv se bucură de frecvență şi circulație mai mare[58].

13.3. Între *calcurile frazeologice* cu valoare exclusiv referențială (denotativă) pot fi incluse:

- *clasă mijlocie (medie)* (engl. *middle class*), înregistrat în DCR_2 (p. 65) drept calc după fr. *classe moyenne*, este utilizat atât în discursul politic, cât şi în cel economic cu un sens insuficient

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

precizat, ceea ce conduce la explicitarea lui printr-o enumerare exemplificativă: „Şi dacă săracii nu prea au de ales, frustrările sunt mari în rândul celor care stau mai bine cu banii. E vorba aici nu de marii afacerişti, care îşi permit oricum să se trateze în străinătate, ci de firava *clasă medie*: tinerii softişti, funcţionarii bancari, muncitorii superspecializaţi în fabricile perfomante, comercianţii cinstiţi, reprezentanţii multinaţionalelor sau cei din conducerea firmelor autohtone". (A, 10. 06. 2003, p. 1.).

- *primă doamnă* (engl. *first lady*), absent din dicţionarele româneşti, apare în presă preponderent cu sensul restrâns „soţia preşedintelui SUA" („Fosta *primă doamnă* a Americii îşi face debutul editorial" – A, 5. 06. 2003, p. 9), dar este atestat şi cu sensul generic din engleză (BBC, p. 418 – „soţia preşedintelui sau a guvernatorului unui stat"): „extrădarea fostei *prime-doamne* a Iugoslaviei" (A, 1. 04. 2003, p. 14).

14. *Modificările de sens* se manifestă, de regulă, sub forma extinderilor semantice şi prin tropi lexicalizaţi („tociţi").

14.1. *Extinderile de sens* presupun lărgirea domeniului de referinţă (a extensiunii) şi reducerea intensiunii, prin neglijarea unor seme periferice din definiţia englezească, ceea ce permite, ulterior, înlăturarea unor restricţii contextual-stilistice (de combinare). Rezultă sensuri politice extinse, sensuri depolitizate şi sensuri „stilistice":

– *Lider* apare în DN_3 şi în MDN cu sensurile consacrate din domeniile *politic* („conducător") şi *sportiv* („echipă sau sportiv aflat în fruntea unui clasament"), nefiind consemnat sensul din sfera publicităţii („Radio Contact – *liderul* vânzărilor de publicitate radio").

„Pletora semantică" asociată în mass-media actuală termenului *lider* include o diversificare a domeniilor de utilizare: politic (*lider* PNL / parlamentar; *liderul* de la Casa Albă), sindical (*liderul* Ligii Sindicatelor Miniere), artistic (*liderul* grupului „Divertis"), religios (*lider* spiritual suprem al talibanilor). Reţine atenţia extinderea semnificaţiei în zona referenţilor negativi (*liderul* reţelei de traficanţi; *lider* mafiot) şi realizarea unor sinonimii contextuale foarte largi şi diversificate: *lider / boss / şef de clan, lider local (corupt) – baron local; lider / preşedinte; lider / prim-ministru; lider al ţiganilor / bulibaşă* etc.

Polisemia termenului *lider* impune precizarea sensului prin determinanţi. Rezultă sintagme relativ stabile: *lider spiritual* (A, 1. 04. 2003, p. 14), *lider naţional* (A, 29. 03. 2003, p. 7), *lider de opinie*. Ultima, calchiată după engleză, este specializată în domeniul comunicării politice, beneficiind de explicitarea riguroasă în lucrări de profil: „Noţiunea de «jurnalism de haită» presupune condiţionarea grupurilor de oameni de presă prin *liderii informaţiilor*, cei care deţin informaţiile cele mai bune *direct* de la sursă şi care dau tonul în interpretarea evenimentelor" (Pop, 2000: 11).

În presă, sintagma *lider de opinie* (având sinonim aproximativ *formator de opinie* – N., 20. 01. 2003, p. 3) a dobândit o semnificaţie mai largă şi mai puţin exactă, aşa cum observă – din perspectiva limbii franceze – Thoveron (1996: 75): „Expresia «lider de opinie» s-a perimat, este folosită astăzi fără discernământ pentru a desemna ceea ce ar trebui denumit spre exemplu notabilitate sau personalitate pilot".

Semnificaţia sintagmei respective rămâne vagă, imprecisă într-un context din presa românească actuală: „Diferenţele de avere dintre bogaţi şi săraci se accentuează la nivel global, se arată în cel mai recent studiu al Băncii Mondiale, bazat pe o anchetă în rândul a 2600 de *lideri de opinie* din 48 de ţări" (A, 10. 06. 2003, p. 5).

În majoritatea cazurilor, termenul *lider* apare în combinaţii sintagmatice libere: „*liderii* NATO", (A, 7. 11. 2002, p. 4); „*liderii* militari americani" (A, 3. 05. 2003, p. 9); „*lideri* arabi moderaţi" (A, 4. 06. 2003, p. 9); „*lideri* masoni" (A, 4. 06. 2003, p. 3).

- *Lobby* nu circulă în presa actuală cu prima semnificaţie indicată în MDN (etimologică) „sală de aşteptare, hol", în schimb este utilizat cu sensul de dicţionar al termenului *lobbysm* „activitate de influenţare" („*lobby*-ul politico-diplomatic privind campania de aderare la UE" – A, 10.01.2003) şi cu cel al termenului derivat *lobbystică* „sistem de presiune în politică, economie etc."

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

(„Ion Țiriac, proaspătul şef al *lobbyului* pentru investiții străine în România" – A, 22. 05. 2003, p. 6).

De regulă, termenul apare în cadrul locuțiunii *a face lobby*, atunci când nu are al treilea sens (inserat în MDN), respectiv „grup de persoane cu rol de influențare": „La Chicago există un puternic *lobby* unguresc" (A, 5. 12. 2002, p. 12).

Este interesant de remarcat că, într-un editorial, termenul *lobby* primeşte o definiție de tip enciclopedic, prin care jurnalistul readuce în atenție semnificația inițială, din sistemul american, pentru a contracara astfel unele „alunecări" semantice ale termenului: de ex. *lobby* identificat cu „trafic de influență oficializat" – TVR1, 19.12.2002): „[...] legiferarea a ceea ce se cheamă *lobby* în SUA. O firmă de *lobby* poate pleda pe lângă un parlamentar, plătită fiind cu chitanță de o companie privată pentru un anumit proiect de lege sau facilitate" (A, 13. 02. 2003, p. 1).

În presa românească, prin depolitizare, termenul şi-a extins sfera de referință şi de utilizare aşa cum reiese din contextele următoare: „*lobby* pentru salariile polițiştilor" (A, 26. 02. 2003, p. 12); „*lobby* pe note pentru integrarea europeană" – A, 24. 05. 2003, p. 2003, p. 12 [cu referire la participarea României la Festivalul muzical Eurovision].

Valorile stilistice de tipul conotațiilor ironice, peiorative sunt, de regulă, condiționate contextual: „În loc să-şi vadă discret de treabă, directorul Spiess preferă aparițiile pe micile ecrane, în care face *lobby* ba pentru striptease, ba pentru masajul thailandez" (A, 12. 02. 2003, p. 4).

– *Summit*, definit în MDN ca „întâlnire (politică) la cel mai înalt nivel", apare în presa actuală cu sensuri mult extinse prin anularea semelor specifice. El este folosit şi în afara sferei politice: „primul *summit* «*verde*» de la Rio de Janeiro" (A, 27. 08. 2002, p. 13); „*Summit-ul* Pământului / Sărăciei" (A. 3. 09. 2002, p. 13); „*summit* de afaceri" (A, 19. 10. 2002, p. 12); „*summit-ul* european al întreprinderilor mici şi mijlocii" (RAct 6. 03. 2003); „*summitul* bucătarilor" (A, 8. 11. 2002, p. 14). Evidente intenții stilistice stau la baza unor titluri precum „*Summit-ul* vrăjitoarelor" (A, 5. 03. 2003, p. 1) sau „«*Summit*» internațional al prostituatelor" – sens peiorativ marcat prin ghilimele (A, 16. 07. 2002, p. 13).

– *Miting* a suferit o extindere de sens asemănătoare, prin anularea semului referitor la politică din MDN, unde este definit ca „întrunire publică pentru discutarea unor importante evenimente politice". Semnificația actuală – specifică „epocii de tranziție" – este aceea de „acțiune protestatară": „*miting* de protest" (A, 9. 01. 2003, p. 12); „*miting* anti-sărăcie" (A, 4. 06. 2003, p. 3).

14.2. Dintre puținele *restrângeri de sens* înregistrate, reținem sintagma *câini de pază ai democrației* prin care se desemnează presa şi profesioniştii domeniului printr-o îngustare a sensului engl. *watchdog (body),* definit în DPA (p. 463) drept „organism de supraveghere (în special a departamentelor guvernamentale sau a firmelor comerciale)".

14.3. Dintre *figurile de stil* lexicalizate în limbajul politic, pot fi menționate *metonimiile – clişeu* de tipul „reşedința pentru instituție" sau pentru „persoanele responsabile": „Ştirea a anunțat-o oficial *Buckingham Palace*" [regina Marii Britanii] (A, 28. 05. 2003, p. 13); „Ministrul britanic al apărării şi *Downing Street* [primul ministru britanic] s-au grăbit să dezmintă aceste afirmații" (A, 30. 05. 2003, p. 14).

Tot prin metonimie se explică sintagma *gulere albe*, calc după engl. *white collar* [workers] care desemnează categoria funcționarilor în îmbinări lexicale fixe („criminalitatea «gulerelor albe»" – A, 6. 12. 2002, p. 1) sau libere („hoții cu *gulere albe*" – A, 30. 01. 2002, p. 1).

Din categoria *metaforelor lexicalizate* pot fi citate numeroase calcuri frazeologice care traduc sintagme englezeşti devenite deja „clasice".

– *Big Brother / „Fratele cel Mare",* personajul imaginat de Orwell în celebrul său roman 1984 ca întruchipare a autoritarismului agresiv nu apare în dicționarele româneşti, în schimb figurează în DEA ca *mot-témoin* în statele ex-comuniste. Apare sub formă calchiată, într-un context care face trimitere atât la emisiunea TV cu titlul respectiv, cât şi la conceptul politic: „Liderii celor două grupuri parlamentare [...] vor fi «*frații cei mari*» care vor sta cu ochii pe bilele

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

albe şi negre pe care senatorii şi deputaţii vor trebui să le introducă în urnă" (A, 31. 03. 2003, p. 1);

– *spălare de bani* (engl. *money laundering*) şi *bani gri* (engl. *soft-money*) reprezintă calcuri cu funcţie eufemistică în contextele următoare: „Nitramonia Făgăraş – vândută unui turc acuzat de o vastă operaţiune de... *spălare de bani*" (A, 16. 05. 2003, p. 1); „*banii gri* – fonduri primite de la partidele politice prin donaţii nelimitate" (A, 15. 02. 2002; p. 13);

– *Watergate* – „scandal politic de amploare", din perioada administraţiei Nixon – după care s-au format (prin analogie) compuse cu funcţie eufemistică precum: *Steelgate* „Scandalul oţelului", *Garbagegate* „scandalul gunoiului [din viaţa politică] (A, 15. 02. 2002, p. 15), *Irakgate* (A, 6. 06. 2003, p. 13) şi *Cherigate* „scandal în care este implicată soţia premierului britanic" (A, 14. 12. 2002, p. 19);

– *guvern din umbră* (engl. *shadow cabinet / government*) nu apare în dicţionarele româneşti, fiind însă înregistrat în DPA cu sensul generic „cabinetul alternativ al opoziţiei", prezent şi într-un titlu precum „PNL îşi face *guvern din umbră*" (A, 19. 10. 2002, p. 2);

– *Carte Albă* (engl. *White Paper*), absent din dicţionarele româneşti, este consemnat în DPA (p. 66), cu referire la Marea Britanie: „raport al guvernului în care este expusă politica guvernamentală privind o anumită problemă şi care conţine adesea propuneri pentru modificarea legislaţiei". În discursul politic românesc, sintagma îşi lărgeşte sensul, devenind sinonimă cu „raport complet asupra guvernării, limitat la o anumită perioadă": „Cabinetul pregăteşte o *carte albă* a guvernării pentru cei 2 ani care au trecut de la investire" (Ant 1, 10. 01. 2003).

15. Deşi semnificaţia lor este, în general, accesibilă cititorilor de presă, *figurile lexicalizate* (şi în special „metaforele uzate sau moarte"[59]) sunt incluse de George Orwell pe lista procedeelor stilistice care au determinat degradarea limbajului politic. Un punct de vedere diferit în raport cu *stereotipia* discursului ştirilor consideră că excesul de informaţie impune simplificarea şi sistematizarea acesteia, conducând inevitabil spre un anumit conformism al expresiei tradus prin stereotipuri[60]. Acestea introduc în caracterizarea discursului politic *principiul ambiguităţii necesare*, impus de caracterul eterogen al publicului[61] şi de nevoia de a asigura protejarea unor atitudini, cerinţe sau credinţe ale acestuia.

15.1. Între *clişeele discursului politic* englezesc – preluate în română prin împrumut sau calchiere – se înscriu cele corespunzând unor concepte sau *patternuri* sociale şi politice considerate definitorii pentru democraţiile occidentale şi, mai ales, pentru SUA:

– *corectitudine politică* (engl. *political correctness*), absent din dicţionarele româneşti, este utilizat în presă cu sensul general din DPA, p. 326 („comportament exagerat de corect pentru a evita acuzaţii de rasism, discriminare sexuală"), inclusiv în cronici cinematografice: „După ce decenii întregi a fost o citadelă a rasismului [...], Hollywoodul virează brusc pe linia *corectitudinii politice*" (Aw, 27/2002, p. 15); conceptul apare şi sub forma *corect politic* (R Act 17. 01. 2003);

– *discriminare pozitivă* (engl. *affirmative action*), neinclus în dicţionarele româneşti, apare în presă în contexte ca „Romii cer *discriminare pozitivă*: posturi în adminstraţie, locuri fără examen în licee şi universităţi" (A, 21. 03. 2003, p. 2);

– *foaie de drum* / *parcurs* (engl. *road map*), absent atât din dicţionarele româneşti cât şi din cele englezeşti, s-a impus în discursul oficial al politicienilor şi în presă iniţial cu referire la etapele (calendarul) aderării României la U.E.: „Documentul aprobă *«foile de drum»* detaliate întocmite de Comisia Europeană pentru aderarea României şi Bulgariei, care conţin obiective clar definite şi oferă fiecărei ţări posibilitatea de a-şi contura propriul calendar de aderare" (A, 14. 12. 2002, p. 10). Ulterior, el a căpătat un nou sens, care l-a depăşit pe primul ca frecvenţă în mass-media actuală: „Guvernul israelian a aprobat «foaia de parcurs», adică planul de pace pentru Orientul Mijlociu" (Ant. 1, 25. 03. 2003).

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

15.2. Discursul politic poate apela la *modalităţi de exprimare eufemistică*[62], ţinând de o anumită retorică propagandistică la care recurg actorii politici în prezentarea unor evenimente care ar putea şoca opinia publică. Pot fi menţionate în acest sens calcuri frazeologice utilizate iniţial în presă cu statut de „citate" din discursuri oficiale; ulterior ele sunt adoptate de mass-media şi (re)folosite în diverse contexte (inclusiv în cele conotate peiorativ).

Asemenea „citate" cu rol eufemistic şi semnificaţie vagă au fost preluate de presa românească *tale quale* din mass-media străină în perioada conflictelor din Iugoslavia şi Irak (prin intermediul ştirilor, comentariilor, documentarelor etc.). Este interesant de semnalat că majoritatea celor din presă se regăsesc într-o revistă de specialitate cu profil militar (MS):

– *axa răului* (engl. *axis of evil*) reprezentând cele trei ţări care susţin terorismul mondial în viziunea adminstraţiei americane: „Coreea de Nord a fost inclusă de SUA în «axa răului», alături de Irak şi Iran, din cauza programului său nuclear" (A, 7. 06. 2003, p. 9; vezi şi MS, p. 7); prin analogie a apărut şi antonimul „axa binelui" („Europa şi America fac parte din aceeaşi tabără, din aşa-numita «Axă a Binelui» sau «axa concilierii»") (MS, p. 7);

– *pierderi colaterale* (engl. *collateral damage*) – „pagube produse neintenţionat civililor şi clădirilor în timpul operaţiilor militare" (BBC, p. 207): „primele «*pierderi colaterale*» ale războiului din Irak" (A, 1. 02. 2003, p. 10);

– *foc prietenesc* (engl. *friendly fire*): „Caracteristic lui *friendly fire* este că el îi face victime nu doar pe cei asupra cărora s-a tras, dar şi pe cei care au tras" (A, 8. 04. 2003, p. 1).

– *principiul (teoria) dominoului* (engl. *domino effect*), înregistrat în MDN (p. 292-293) cu un sens restrâns („cădere în lanţ a complicilor"), apare în presă cu un sens politic actualizat: „În virtutea teoriei «*dominoului democratic*», în vogă în cercurile conservatoare din apropierea Casei Albe, răsturnările de la Bagdad ar putea să aibă efectul unei reacţii pozitive în lanţ asupra ţărilor învecinate, respectiv Iranul, Siria, poate chiar Arabia Saudită" (A, 14. 04. 2003, p. 13).

16. Din perspectiva *semanticii politice*[63] şi a strategiilor sale (de *selectare* a termenilor; de *actualizare* a unor anumite sensuri şi de „*orientare*" a conotaţiilor în sens pozitiv sau negativ), împrumuturile din engleză şi calcurile se subordonează, în principal, *funcţiei informative (referenţiale)*, de transmitere a unor informaţii specializate.

Din dorinţa de a asigura *accesibilitatea discursului politic*, jurnalistul recurge la diverse strategii explicative:

– *informaţii istorice* care evidenţiază similitudini de situaţie şi de formare a termenilor: „De pe acum se vorbeşte de un scandal «*Irakgate*» după modelul faimoasei afaceri Watergate, soldată, acum aproape trei decenii, cu demisia fostului preşedinte american Richard Nixon" (A, 6. 06. 2003, p. 13);

– *traducere şi comentarii metalingvistice, politice* etc.: „Nu este vorba de *Watergate*, ci de *Garbagegate* („garbage" echivalează în româneşte cu „reziduri menajere", „gunoi", iar când se referă la viaţa politică, „noroi", „lături" – A, 15. 02. 2002, p. 1; „ceea ce militarii denumesc – nu fără o doză de cinism – «*friendly fire*» în traducere «foc prietenesc»" (A, 8. 04. 2003, p. 1);

– *sinonimie aproximativă* (contextuală): „donaţii indirecte, ascunse, cunoscute sub numele de «*soft money*»" (A, 22. 03. 2002, p. 13); „nevoia de *promoţie*, de *lobby* pentru filmul românesc" (A, 31. 05. 2003, p. 3); „merge şi face *lobby, aduce firme, convinge investitorii*" (A, 15. 01. 2002, p.2);

– *traducere sau echivalare sinonimică*, însoţită de *parafrază explicativă* (într-o cronică de film unde se presupune o competenţă mai redusă a publicului în raport cu sfera politicii: „«*political corectness*», corectitudinea politică şi *afirmative action*, discriminare pozitivă, adică atitudinea nu numai tolerantă, dar chiar preferenţială faţă de minorităţi" – A, 14. 09. 2001, p. 12;

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

– *asocierea anglicismului cu echivalentul său românesc* în cuprinsul aceluiaşi text: în titlul unei ştiri apare *lobby* („Muşetescu şi-a făcut *lobby* la grupul liberal" – A, 19. 03. 2002, p. 2), iar în text – *sprijin* („O. Muşetescu s-a întâlnit ieri cu deputaţii liberali pentru a le cere *sprijinul* pentru proiectul de lege [...]") (ibidem).

Din perspectivă normativă, se pot semnala în presa actuală *utilizări improprii* ale unor anglicisme, explicabile fie prin necunoaşterea exactă a denotaţiei termenului, fie prin dorinţa jurnalistului de a se exprima într-un mod „elevat" şi / sau „tehnic".

Exemple în acest sens sunt folosirea termenului politic *lobby* cu referire la transferările fotbaliştilor („Viorel Moldovan a recunoscut că a făcut *lobby* pentru Lucian Sânmărtean pe lângă FC Nantes" – Ant. 1, 11. 01. 2003) sau a termenului *lider* pentru a desemna şefi / capi ai unor grupări de infractori: „*lideri* mafioţi" (A, 14. 03. 2003, p. 13); „*lider* al unei grupări de rakeţi" (A, 4. 06. 2003, p. 10); „*lideri* ai reţelei teroriste" (A, 6. 03. 2003, p. 10); „*lider* de clan" (A, 12. 09. 2002, p. 15).

La fel de inadecvată este utilizarea termenului *lider* în context comercial: „*liderii* casei de modă [Chanel]" (A, 17. 06. 2003, p. 13) sau în registrul colocvial (cu referire la emisiunea „Big Brother": „Pentru prima oară am intrat în competiţie doi *lideri*, două caractere tari" (Prima TV, 8. 06. 2003).

Dorinţa unor publicaţii de a contracara „devalorizarea" semantică a termenilor politici utilizaţi abuziv în presa actuală poate duce la apariţia unor îmbinări cu caracter pleonastic: „*lideri* marcanţi" (A, 18. 03. 2003, p. 12); „*liderii* cei mai importanţi" (A, 25. 05. 2003, p. 2); „mari *lideri* politici" (A, 23. 11. 2002, p. 10).

17. *Funcţia persuasivă (de manipulare)* a discursului politic de realizează printr-o mare varietate de mijloace. Între acestea, un rol important revine fixării şi răspândirii unor *imagini cu conţinut şi valoare simbolică*[64].

În plan semantic, aceste „imagini fixe" (din care iau naştere *stereotipurile politice*) corespund *conotaţiilor* asociate unor termeni preluaţi din engleză.

Manipularea conotativă (aşa-numita *image-building*[65] sau construirea unor seturi de valori unanim acceptate) poate fi recunoscută în câteva strategii jurnalistice.

17.1. *Asocierea termenilor de origine engleză cu anumite aspiraţii sau idealuri împărtăşite de o mare parte a publicului* este una dintre aceste strategii.

De exemplu, creşterea spectaculoasă a frecvenţei termenului *lobby* în presă se poate explica prin valoarea lui evocatoare şi conotaţiile pozitive legate de aspiraţiile euro-atlantice ale românilor: „*lobby* pentru integrarea ţării noastre în UE" (A, 12. 11. 2002, p. 2); „*lobby* pentru integrarea României în NATO" (A, 11. 01. 2003, p. 2); „*lobby* pentru investiţii străine în România" (A, 22. 05. 2003, p. 6).

În mod similar sub impactul globalizării şi al conotaţiilor de prestigiu asociate de vorbitori anglicismului, *summit* a eliminat din uz termenul de origine franceză *sommet* care apare în presa actuală extrem de rar şi numai cu referire la cultura franceză, de exemplu într-o cronică de la Festivalul Filmului de la Cannes: „«*Mini-sommet-ul*» cum i s-a spus, ceea ce ar veni întâlnirea unei jumătăţi din reprezentanţii vârfului şi-a desfăşurat lucrările departe de ochii presei" A, 24. 05. 2003, p. 3) sau într-o corespondenţă radiofonică de la *Sommet-ul* francofoniei de la Beirut (RAct, 20. 10. 2002).

17.2. *„Culoarea locală"* sub aspectul încadrării politice se realizează prin utilizarea unor clişee valorizatoare asociate de public imaginii SUA.

În contextul unui editorial intitulat „România, o învinsă în războiul din Irak?" (A, 4. 06. 2003), sintagma de tip familiar – glumeţ *Unchiul Sam* (calc frazeologic după *Uncle Sam*, simbolul SUA în desene animate, cărţi poştale etc. – BBC, p. 1227) contrastează cu clişeul specific ideologic, ambiguu *politically correct,* rezultatul fiind tonalitatea ironică a textului: „La uşa marelui târg din Bagdad stau SUA care filtrează atent precupeţii. *Unchiul Sam*, pe post de jupân al târgului dă bilete de intrare doar acelora care merită [...] În ambele războaie, ca să fie alături de noii prieteni americani, România s-a certat uşor cu prieteni mai vechi, fie că aceştia au

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

fost sârbii sau francezii. Dar, cel mai important lucru, de fiecare dată, țara noastră, pentru a fi *politically correct* a pierdut o mulțime de bani".

În schimb, termenul *yankeu*, prezentat în MDN ca „poreclă (ironică) – dată prin extindere semantică – oricărui cetățean al SUA" apare în presă cu conotații favorabile, exprimând simpatie: „Doi dintre *yankei* s-au îndrăgostit de două frumoase din Constanța şi s-au hotărât să se însoare" (A, 24. 05. 2003, p. 11).

17.3. *Atribuirea de conotații ironice (peiorative)*[66] – marcate, de regulă, prin ghilimele – unor termeni politici ale căror semnificații pot fi „deviate" în sens antifrastic se întâlneşte în contextele următoare:

– „Domnii cu 10 case, ferme, onorarii de 700 000 dolari vor face «*lobby*», deşi noi vom numi aceste practici drept corupție şi adevărate crime la adresa acestui popor necăjit" (A, 28. 01. 2002, p. 8);

– „Cifrele pronunțate de el [...] nu țineau de economie sau tehnică, ci de paranoia personajului, care se închipuia buricul lumii, viitorul «*lider* regional» (C. T. Popescu, *Un cadavru umplut cu ziare. Scrieri*, Polirom, Iaşi, 2001, p. 125);

– Un editorial cu titlul „Maculatura politică pe culori" (A, 18. 04. 2003, p. 1) este construit pe opoziția dintre conceptul politic consacrat *carte albă* (engl. *White Paper*) şi cel creat în română prin analogie – *carte neagră*: „De o bună bucată de timp, se petrec tot mai multe lansări de carte, dar nu în saloanele literare, ci în sălile parlamentului. Genurile acestei literaturi sunt două, împărțite pe culori: *cărțile albe* şi *cărțile negre*. Pentru ambele categorii, autorul este colectiv. La cele albe, guvernul, la cele negre, opoziția". Acelaşi tip de antiteză apare în subtitlul „Cartea PD e *neagră* precum guvernarea. În replică, PSD a scos o *carte albă* în 48 de ore" (A, 17. 04. 2003, p. 2);

– Utilizarea sintagmei calchiate *lider maxim* apare pentru desemnarea unui politician în evidentă pierdere de popularitate: „*noul lider* maxim la PNȚCD [Victor Ciorbea]" (A, 29. 03. 2003, p. 2).

17.4. *Scrierea fonetică* a unor termeni englezeşti neasimilați se asociază în context cu valori conotative de tip ironic: „Politicienii români, abonații forumurilor unde se vorbeşte de *integreişăn* şi *neito*, se pare că se simt foarte bine" (A, 18. 11. 1998, p.1)

17.5. *Formarea unor derivate sau compuse* cu sens peiorativ, având ca bază termeni englezeşti (dintre cei mai bine fixați în limbă) este specifică limbajului de tip pamfletar.

Este semnificativă, în acest sens, apariția familiei de cuvinte a termenului *miting*, în anii 1990 – 1992, formată din derivate *(mitingar, mitingărie, a mitingi, mitingism, mitingist, mitingită)* şi compuse *(mitingofilie, mitingomanie, minimiting)*[67].

Acelaşi tip de conotații se asociază derivatelor *lideriadă*, format prin analogie cu *mineriadă* (Expres Magazin 144 / 1993, p. 5), *lideraş* („Romeo Beja şi vreo 10 *lideraşi* de la Sigma Craiova, cer eliberarea lui Cozma – A, 21. 06. 1999, p. 16) şi *NĂTUȚ* („Integrarea României într-un *NĂTUȚ* de consolare" – A, 10. 06. 1996, p. 1).

Deosebit de interesant sub aspectul conotațiilor politice şi culturale negative este termenul *mcdonaldizare* (varianta românească adaptată a engl. *Mcdonaldization*).

Mcdonaldizarea este definită ca „procesul prin care principiile restaurantului fast-food încep să domine din ce în ce mai multe sectoare în societatea americană şi în restul lumii"[68], în virtutea a patru principii definitorii: eficiență, calculabilitate, previzibilitate, control.

Termenul, corespunzând unui concept-cheie, este creat de la numele restaurantului care a devenit un simbol al culturii americane şi un „semn" al modernității, al faptului că o persoană este în ton cu „stilul de viață american".

În traducerea românească a cărții lui George Ritzer se întâlnesc numeroase derivate ale termenului în discuție *(mcdonaldiza, mcdonaldizare, ne-mcdonaldizat, mcdonaldism)* şi un compus

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

(postmcdonaldizare), care au şansa de a se impune în limbă în virtutea capacităţii lor de sugestie şi, implicit, de manipulare conotativă.

18. Caracterul recent al majorităţii faptelor lingvistice discutate aici nu permite formularea unor concluzii sau previziuni solid fundamentate privind direcţiile ulterioare de evoluţie.

Cu toate acestea, considerăm că „monitorizarea" termenilor împrumutaţi din engleză sau calchiaţi după modele anglo-americane prezintă interes pentru lexicologie şi sociolingvistică (ca expresie a dinamicii lexicului), pentru lexicografie (sub aspectul asimilării lor în română) şi *last but not least*, pentru publicişti şi specialiştii în comunicare politică (în virtutea forţei de persuasiune a acestei terminologii).

NOTE:

---

[1] „Zona lexicală a *politicului*, care aparţine domeniului ştiinţelor sociale, a fost afectată şi ea de transformări profunde, care au antrenat numeroase şi importante evoluţii şi schimbări lingvistice" (Guţu-Romalo 2000: 229).

[2] Cf. fr. *mot-témoin*, concept introdus de Georges Matoré pentru a desemna simboluri ale schimbării – de obicei neologisme – care indică apariţia unor idei sau concepte noi (apud Cernicova 1999: 83).

[3] Constatarea îi aparţine lui Gerstlé (2002: 129); semnalăm, cu titlu de excepţie, capitolul *Comunicare şi limbaj* în Van Cuilenburg et al. (2000: 167-203), cu interesante reflecţii asupra semanticii limbajului politic.

[4] Vezi Avram (1997); Constantinescu et al. (2002); Stoichiţoiu-Ichim (2001).

[5] Stoichiţoiu-Ichim (2002); (2003 a).

[6] Vezi Constantinescu et al. (2002:187): „At the end of the twentieth century, traditional Romanian Francophilia is rivalled by an unprecedented Anglophilia".

[7] Vezi discutarea acestei distincţii la Avram (1997: 11).

[8] Imposibilitatea unei asemenea separări a fost argumentată, printre alţii, de Goerlach (2002: 3).

[9] Vezi Avram (1998).

[10] Apud DEA.

[11] Pentru polisemia termenului *lider*, vezi Stoichiţoiu-Ichim (2003 b).

[12] Thoveron (1996); Pop (2000); Van Cuilenburg (2000); Beciu (2002); Gerstlé (2002); Dobrescu; Bârgăoanu (2003).

[13] Vezi Gerstlé (2002: 32-44).

[14] Thoveron (1996: 4).

[15] Gerstlé (2002: 19); Beciu (2002: 9-22).

[16] Beciu (2002: 23-47).

[17] „Mediatizarea este o condiţie intrinsecă a oricărui act de comunicare politică" (Beciu, 2002: 17).

[18] Reţinem precizarea că „funcţia de *agenda-setting* a mass-media [selectarea informaţiilor politice considerate interesante la un moment dat] are un rol mai mare în sfera politică decât în alte domenii" (Dobrescu; Bârgăoanu 2003: 199).

[19] Pop (2000: 59-60); vezi şi Dobrescu; Bârgăoanu (2003: 207): „Presa impune un limbaj, un vocabular în concordanţă cu schimbările de încadrare (*framing*) operate".

[20] Dobrescu; Bârgăoanu (2003: 193).

[21] Pop (2000: 10-11).

[22] Pentru conceptul de *semantică politică* şi problematica sa de studiu, vezi Van Cuilenburg et al. (2000: 194 şi urm.).

[23] Van Cuilenburg et al. (2000: 29).

[24] Pentru definirea conceptului, vezi Orwell (1946), Thom (1987) şi Slama-Cazacu (2000: 55-100).

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

[25] Vezi Cernicova (1999) şi capitolul *Limba de lemn – O universalie în context românesc* în Slama-Cazacu (2000).

[26] „The present political chaos is connected with the decay of language" (Orwell 1946: 110).

[27] „Never use a foreign phrase, a scientific word or a jargon word if you can think of an every-day English equivalent" (ibidem).

[28] Slama-Cazacu (2000: 123-152).

[29] „Prin această «stratagemă» [abuzul de termeni străini, mai ales englezi], fie sunt acoperite realități neplăcute, fie (cuvântul fiind necunoscut) se împiedică înțelegerea unei situații, fie, în orice caz, se încearcă, printr-o cosmetizare lingvistică, modificarea imaginii compromise a unor fapte, acțiuni, obiecte, de către o Putere politică, tehnocrată, comercială etc." (ibidem, p. 51-52).

[30] Între procedeele „care permit limbii de lemn să se disimuleze", Thom (1996: 231) observă că „lexicul gorbaciovian integrează un număr important de anglicisme diverse ca *marketing, image, briefing*".

[31] Vezi Crystal (2000) care aduce argumente istorico-georgrafice şi socio-culturale pentru a explica ascensiunea englezei ca limbă a globalizării, neuitând să sublinieze rolul jucat de o superputere precum SUA: „A language becomes an international language for one chief reason: the political power of its people – especially their military power" (p. 7); vezi şi Stoichițoiu-Ichim (2003).

[32] Ritzer (2003: 160-166) demonstrează convingător şi argumentat relația dintre *mcdonaldizare* (înțeleasă ca omogenizare şi standardizare împinsă la extrem) şi procesul de globalizare, care se manifestă sub forma „imperialismului cultural" al SUA.

[33] Bourney (1962: 105 şi urm.).

[34] *Globalization* (2002); Constantinescu et al. (2002), Avram (1979) şi Stoichițoiu-Ichim (2001); pentru situația din franceza actuală, vezi Désirat; Hordé (1988).

[35] Pentru o prezentare detaliată a dicționarului, care surprinde o tendință dinamică de unificare a limbilor europene, vezi Ştefănescu (2003).

[36] Cf. Crystal (2000: 104-110).

[37] Rovența-Frumuşani (1999).

[38] Dintre termenii politici de origine engleză utilizați în presa românească, următorii figurează în DEA: *Big Brother, boss, briefing, establishment, first lady, gentlemen's agreement, leader, leadership, lobby, meeting, speaker, speech, summit, Uncle Sam, yankee*.

[39] Vezi definirea conceptului la Guțu-Romalo (2000: 231).

[40] Vezi Stoichițoiu-Ichim (2001: 94 şi urm.).

[41] Vezi definiția din DPER, p. 109: „mod pompos de a vorbi sau a scrie, în special în calitate oficială, presărat îndeosebi de expresii latine şi din jargon".

[42] Cf. DPER, p. 82 („limba utilizată în documentele guvernamentale").

[43] Simion (2001) consideră ca element definitoriu al *romglezei* („jargon insuportabil care tinde să se împrăştie ca râia şi să prostească, să urâțească limba") *xenismele* – „termeni parazitari izmeniți, demni de o Doamna Chirița reciclată în limba engleză şi trimisă în Parlament".

[44] „Les hommes politiques ne mentent pas. Ils utilisent un langage qui leur est propre. Ce n'est ni tout à fait du français, ni tout à fait une autre langage. Simplement comme tous corps de métier, la politique à son jargon [...] Le langage des hommes politiques a ceci de particulier qu'il consiste, en gros, à dire le contraire de ce qu'ils pensent" (Linyer 1995: XI).

[45] Pentru problemele referitoare la asimilarea anglicismelor, vezi Avram (1997); Stoichițoiu-Ichim (2001); Constantinescu et al. (2002).

[46] Guiraud (1965: 8) numeşte „împrumuturi stilistice" termenii neasimilați, purtători ai unor conotații străine. Această categorie de termeni este bine reprezentată în DPER prin împrumuturi din: franceză *(acquis communautaire, Carte Blanche, coup d'état, détente, élite, laissez faire, raison d'état),* rusă *(bolshevik, glasnost, nomenklatura, perestroika, Politbiuro),* germană *(Bundesrat, Bundestag, Realpolitik).*

[47] Vezi Van Cuilenburg et. al. (200: 195): „Limbajul, strategia semantică şi cea politică sunt interdependente, servind nu numai transmiterii de informație, ci şi persuadării. Ele oferă terenul de joc al manipulării politice". Diverse aspecte ale dinamicii sensului în presa postdecembristă (vizând şi termeni din lexicul social-politic) au fost analizate de Bidu-Vrănceanu (1993); Slama-Cazacu (2000); Stoichițoiu-Ichim (2001), (2002) şi (2003 b).

[48] Pentru principiile acestui tip de analiză, vezi Bidu-Vrănceanu (1993: 19-29); pentru aplicarea ei asupra termenului *lider*, vezi Stoichițoiu-Ichim (2003 b).

[49] Pentru prezentarea teoretică a celor două concepte a se vedea Lehman; analize din această perspectivă la Stoichițoiu-Ichim (2002) şi (2003b)

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

[50] Vezi la Baylon; Mignot (2000: 127-128) prezentarea rolului contextului.

[51] Vezi Hartley 1999: 11-20 (cap. 1 – Ştirile ca mod de comunicare"); vezi şi Van Cuilenburg et. al. (2000: 291): „Ştirile politice trebuie să transmită informaţii «complete», «reprezentative » şi «obiective»".

[52] Ibidem, p. 17 („Ştirile oferă un exemplu foarte clar de «limbaj curent», cu înţelesuri structurate social").

[53] Vezi Dobrescu; Bârgăoanu (2003: 117-118).

[54] Vezi Pop 2000: 28-29.

[55] Cele cinci strategii semantice ale manipulării sunt sintetizate de Van Cuilenburg et al. (2000: 182-190).

[56] Manipularea conotativă (aşa-numita *image-building*) se bazează pe ideea că „importantă nu este denotaţia, ci asociaţiile pe care cuvintele le generează la nivelul publicului" (Van Cuilenburg et al. 2000: 190-191).

[57] Hartely (1999: 31).

[58] „Valoarea semantică [a informaţiei] este invers proporţională cu frecvenţa cuvintelor într-un mesaj" (Van Cuilenburg et. al. 2000: p. 33); vezi în aceeaşi lucrare (p. 167-182) discuţia despre denotaţie şi conotaţie în comunicarea politică.

[59] Cf. Orwell (1946: 101-102): „Worn-out metaphors which have lost all evocative power are merely used because they save people the trouble of inventing phrases for themselves".

[60] Vezi Dobrescu; Bârgăoanu (2002: 41-44).

[61] „Pe lângă selectivitate şi stereotipie, la baza comunicării se află principiul *ambiguităţii necesare,* potrivit căruia toate mesajele media sunt în mod necesar ambigue [...] Ambiguitatea se impune ca o caracteristică a comunicării de masă deoarece expunerea la mesajul mediatic reprezintă şi rezultatul unui proces de *reducere a nesiguranţei* şi de *protejare a atitudinilor, a credinţelor de bază*" (ibidem: 104 – 105).

[62] Rolul eufemismului în comunicarea politică a fost analizat printre primii de Orwell (1946: 107), care afirma: „In our time, political speech and writing are largely the defence of the indefensible [...] Thus political language has to consist largely of emphemism, question – begging and sheer cloudy vagueness". Thom (1993: 76) constata că „limba de lemn practică sistematic eufemismul". Slama-Cazacu (2000: 87) încadrează eufemismul, alături de clişee şi automatisme verbale, între mijloacele de mascare a realităţii şi de manipulare a receptorilor mesajelor. Pentru van Cuilenburg et al. (2000: 190), eufemismele servesc la „estomparea conotaţiilor negative ale cuvintelor pe care le înlocuiesc".

[63] Vezi prezentarea detaliată a domeniului în Cuilenburg et al. (2000: 183–198), cu accent pe rolul jucat de strategiile semantice în manipularea politică.

[64] Vezi capitolul *Mass-media şi puterea simbolică*, în Dobrescu; Bârgăoanu (2000: 96–99).

[65] „De multe ori în limbajul politic, conotaţiile (eventual evaluative) sunt mai importante decât denotaţia. Manipularea conotativă apare în folosirea cuvintelor cu o denotaţie aproape inexistentă, a cuvintelor predominant conotative, a eufemismelor sau în aşa-numita *image-building* (construcţie a imaginii)" (Van Cuilenburg et al. 2000: 190).

[66] În legătură cu conotaţiile politice cu rol polemic, a se vedea Gérstlé (2002: 29).

[67] Apud Avram (1997: 26).

[68] Ritzer (2003: 17).

[69] Ibidem (2003: 26).

Bibliografie:

AVRAM, MIOARA (1997) – *Anglicismele în limba română actuală*, Bucureşti, Editura Academiei Române.

AVRAM, MIOARA (1998) – *Noutăţi reale şi noutăţi aparente în vocabularul românesc actual* în „Limbă şi literatură", vol. I, p. 31-35.

BAYLON, CHRISTIAN; MIGNOT, XAVIER (2000) – *Initiation à la sémantique du langage*, Paris, Nathan.

BECIU, CAMELIA (2002) – *Comunicare politică*, Bucureşti, Editura Comunicare.ro.

BIDU-VRĂNCEANU, ANGELA (1993) – *Lectura dicţionarelor*, Bucureşti, Editura Metropol.

BURNEY, PIERRE (1962) – *Les langues internationales*, Paris, PUF.

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti

Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

CERNICOVA, MARIANA (1999) – *Stilul publicistic românesc în perioada „tranziției”*, în „Analele Universității «Tibiscus» Timişoara”. Seria Jurnalistică, vol. VII, p. 59-89.

CONSTANTINESCU, ILINCA; POPOVICI, VICTORIA; ŞTEFĂNESCU, ARIADNA (2002) – *Romanian*, în Goerlach, Manfred (ed.), *English in Europe*, Oxford, Oxford University Press, p. 168-194.

CRYSTAL, DAVID (2000) – *English as a Global Language*, Cambridge, Cambridge University Press.

DÉSIRAT, CLAUDE; HORDÉ, TRISTAN (1988) – *La langue française au XXe siècle*, Paris, Bordas.

DOBRESCU, PAUL; BÂRGĂOANU, ALINA (2002) – *Mass media – puterea fără contraputere*, Bucureşti, Editura ALL.

GERSTLÉ, JACQUES (2002) – *Comunicare politică*, Iaşi, Institutul European.

Globalization: *English and Language Change in Europe* (Abstracts), University of Warsaw, Institute of Applied Linguistics (19-21 September 2002).

GOERLACH, MANFRED (2002) – *Introduction*, în *English in Europe*, Oxford, Oxford University Press, p. 1-12.

GUIRAUD, PIERRE (1965) – *Les mots étrangers*, Paris, PUF.

GUȚU-ROMALO, VALERIA (2000) – *Corectitudine şi greşeală. Limba română de azi*, Bucureşti, Editura Humanitas Educational.

HARTLEY, JOHN (1999) – *Discursul ştirilor*, Iaşi, Editura Polirom.

LEHMANN, ALISE; MARTIN-BERTHET, FRANÇOISE (1998) – *Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie*, Paris, Dunod.

LYNIER, GEOFFROY (1995) – *Dictionnaire de la langue de bois en politique*, Paris, Les Belles Lettres.

ORWELL, GEORGE (1946) – *Politics and the English Language*, în Goshgarian, Gary (ed.) (1980) *Exploring Language*, 2nd edition, Boston-Toronto, Little, Brown & Comp.

POP, DORU (2000) – *Mass media şi politica. Teorii, structuri, principii*, Iaşi, Institutul European.

RITZER, GEORGE (2003) – *Mcdonaldizarea societății*, Bucureşti, Editura Comunicare.ro.

ROVENȚA-FRUMUŞANI, DANIELA (1999) – *Semiotica şi mass media. Schimbarea socială în România,* în *Semiotică, societate, cultură*, Iaşi, Institutul European, p. 221-243.

SIMION, EUGEN (2001) – *Tot despre „romgleză”*, în „Curentul” 6. 06. 2001.

SLAMA-CAZACU, TATIANA (2000) – *Strategeme comunicaționale şi manipularea*, Iaşi, Editura Polirom.

STOICHIȚOIU-ICHIM, ADRIANA (2001) – *Vocabularul limbii române actuale. Dinamică, influențe, creativitate*, Bucureşti, Editura ALL.

STOICHIȚOIU-ICHIM, ADRIANA (2002) – *Asimilarea împrumuturilor englezeşti: aspecte actuale ale dinamicii sensurilor*, în Pană-Dindelegan, Gabriela (coord.), *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, Bucureşti, EUB, p. 249-262.

STOICHIȚOIU-ICHIM, ADRIANA (2003 a) – *„Romgleza”: opțiune personală sau efect al globalizării?*, în Gabriela Gabor (coord.), *Identitate românească şi integrare europeană*, Bucureşti, Editura Ars Docendi, p. 95-103.

STOICHIȚOIU-ICHIM, ADRIANA (2003 b) – *Observații privind semantismul termenului* ***lider*** *în româna actuală*, în „Analele Universității Bucureşti. Limbă şi literatură română” (sub tipar).

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

ŞTEFĂNESCU, ARIADNA (2003) – *Un dicţionar european de anglicisme*, în Gabriela Gabor (coord.), *Identitate românească şi integrare europeană*, Bucureşti, Editura Ars Docendi, p. 173-179.

THOM, FRANÇOISE (1993) – *Limba de lemn*, Bucureşti, Editura Humanitas.

THOVERON, GABRIEL (1996) – *Comunicarea politică azi*, Bucureşti, Editura Antet.

VAN CUILENBURG, J.J.; SCHOLTEN, O., NOOMEN, G.W. (2000) – *Ştiinţa comunicării*, ediţia a doua, Bucureşti, Editura Humanitas.

SURSE ŞI ABREVIERI:

A – „ADEVĂRUL”
Ant. 1 – Postul TV „Antena 1”
Aw – „Adevărul de weekend”
BBC – *BBC English Dictionary*, London, BBC English and Harper Collins Publishers Ltd.
DCR_2 – Florica Dimitrescu, *Dicţionar de cuvinte recente*, ediţia a doua, Bucureşti, Editura Logos, 1997.
DEA – Manfred Goerlach (ed.), *A Dictionary of European Anglicisms. A Usage Dictionary of Anglicisms in Sixteen European Languages*, Oxford, Oxford University Press, 2001.
DN_3 – Florin Marcu; Constant Maneca, *Dicţionar de neologisme*, ediţia a treia, Bucureşti, Editura Academiei, 1978.
DP – *Dicţionar politic*, Bucureşti, Editura Politică, 1975.
DPA – P. H. Collin, *Dicţionar de politică şi administraţie englez–român,* Bucureşti, Editura Universal Dalsi, 2000.
DPER – *Dicţionar politic englez – român*, Bucureşti, Editura Junior, f. a.
MDN – Florin Marcu, *Marele dicţionar de neologisme*, ediţie revizuită, augmentată şi actualizată, Bucureşti, Editura Saeculum I. O, 2002.
N – „Naţional”
Prima TV – Postul TV „Prima TV”
PRO TV – POSTUL TV „PRO TV”
R Act – Postul de radio „România Actualităţi”
TVR1 – Postul TV „Româna 1”

L’INFLUENCE ANGLAISE SUR LA TERMINOLOGIE POLITIQUE DU ROUMAIN ACTUEL

Résumé

À partir d’un corpus tiré de la presse écrite et audio-visuelle post-communiste, notre contribution se propose d’examiner d’une perspective sémantique et fonctionnelle la terminologie politique d’origine anglo-américaine (des emprunts proprement-dits et des calques phraséologiques).

Les motivations sociolinguistiques et psycholinguistiques de l’emprunt sont examinées en relation avec les principes et les stratégies de la communication politique.

La „créativité” du roumain actuel est mise en relief par l’extension des sens et par le développement des valeurs figurées (pour la plupart péjoratives).

BDD-V3919 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)

On a souligné le rôle de l'anglais – véhicule de la mondialisation – dans la diffusion des valeurs idéologiques et culturelles américaines, par l'intermède des connotations positives associées aux emprunts et calques analysés.

□

BDD-V3919 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-03 04:06:25 UTC)